

# 艺术金融助推中国艺术品市场新突破

□□ 西沐

从改革开放前后出现艺术品市场,使艺术品成为一种商品(商品化),到当下艺术品成为一种重要的投资产品(资产化),到艺术品成为能够被金融体系接纳的一种资产(金融化),再到平台和互联网相结合,进行艺术品的电子化交易,进行信托、基金等产品的创新设计,逐步实现了艺术品的证券化。证券化也就是实现艺术品大众化的一个重要过程,因为利用平台进行艺术品资产的证券化,使得艺术品的投资门槛降低了很多,投资者很容易进入到艺术品领域中,让更多缺少专业知识的投资人很便利、安全、低成本地开展投资活动。可以说,艺术金融是中国艺术品市场在艺术品商品化、资产化、金融化、证券化(大众化)的发展趋势下的必然产物。

## 艺术品市场需要艺术金融

为什么艺术品市场需要艺术金融?艺术品市场在发展中遇到难题,不能仅依靠艺术品市场自身的发展。一方面,中国艺术品市场已经发展了30余年,一些问题仍需解决;另一方面,中国艺术品市场需要寻找新的发展动力,依靠资本的力量来建构诚信机制,尽快地确立定价机制、拓展退出机制。因此,就需要依靠大力发展中国的艺术金融来实现。这就是为什么中国的艺术金融走在世界的前列。这是需求所决定的。

很多业态的发展是一种竞争的结果,而艺术金融的发展则不同,它并非市场竞争的结果,而是一种需求导向的结果。比如,银行发展艺术金融业务,并非由于银行业发展艰难需要艺术金

融进行业务层面的“拯救”,而是基于发展战略层面的考虑。

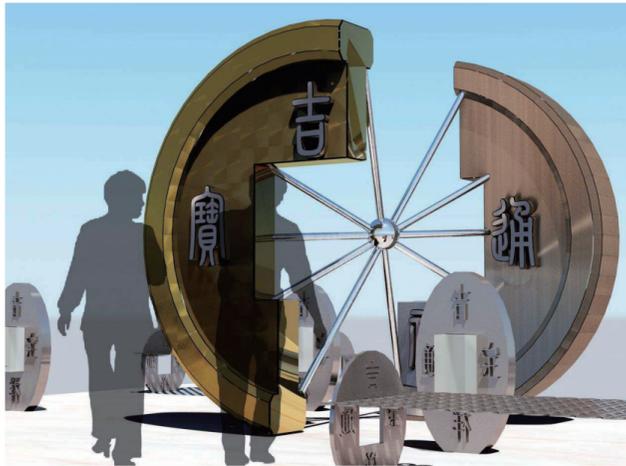
艺术品市场对于艺术金融的需求,不仅体现在艺术品市场的发展规律上,其发展内容和动力也决定了艺术品市场对于艺术金融的需求。

在艺术品及其资源金融化的发展过程中,艺术品市场的主要内容体现在:资产化是根本、金融化是核心、大众化是灵魂。一宗艺术品资源想要转化为资产,首先要解决资源的价格评估问题。所以,在艺术品的资产化环节,最为关键的内容是艺术品的估值定价,而估值定价的前提是真伪鉴别,这是由艺术品的资源特性所决定的。

当下,在艺术品资产化阶段,鉴定与评估是存在的主要问题。可以说,鉴定、评估是在艺术品商品化阶段应该解决的问题。而在艺术品商品经济阶段中,由于发展的不充分,埋下了众多隐患,特别是在处理货真、价实这两个关键问题方面。所以,这些隐患就被带到了资产化、金融化阶段,给艺术品市场造成很大干扰。

艺术品在实现了资产化后,想要进一步实现金融化,需要具备几个前提:前提之一是资产的价值能够为金融体系所认可。实现这种认可,有两种渠道:一方面是法律、法规的保障,比如房地产,起初房地产也没有市场,之所以后来变成了一种金融资产,很多原因是因为《房地产法》《土地法》等法律、法规的出台,其有效地规定了房地产确权、估值等内容,为金融体系找到了法律依据。

另一方面是必须建立相应的风险防控闭环机制。所有的金融机构都是有经营风险的,有风险才会有收益,但前提是这种风险是可分析的。如果某一项业务对应的风险是一个无法分析的“黑箱”,那金融体系绝难介入。而风



艺术金融帮助艺术品市场突破瓶颈,发掘与释放自身潜力

险可结构化、可拆分,这意味着风险能够被不同的市场主体来承担,从而化解风险。当前,很多金融机构不敢介入艺术品领域,就是因为“圈里人”所定量的艺术品价值,缺少支撑,金融机构不敢采信。

艺术品实现金融化的另一个前提是金融体系能够参与的途径是大规模、高频度的市场交易,比如股票是可以用于金融机构所认可的抵押物。股票的价值就是根据大规模、高频度的市场交易过程中所形成的交易市场价格进行认定的。

艺术品市场乃至艺术金融的发展,最终要解决一个大众化的问题——艺术品大众化最终的状态是实现公众投资。其中的大众化一方面是指艺术品投资与消费受众规模的扩大是艺术品大众化的一种形态;另一方面是指平台是面向大众、面向平台会员开放的,这也是一种大众化的形态表现。

强。2016年,中国艺术金融的总规模达到了986亿元,同期的中国艺术品市场最重要的业态——拍卖业成交总额不到500亿元,而中国艺术金融产业的规模已经成为市场最活跃的业态,超出拍卖业规模的两倍。

同时,艺术金融推动市场发展与创新的速度和能力在不断增强。现阶段,很多产业形态与业态不断生发。比如,艺术品市场中产生了很多新的业态和跨界的业态,集保、鉴证溯源等,实际上都是艺术金融推动的结果。

除此之外,艺术金融是业态创新的有效推动力与建构的力量。这种推动力最明显的体现在创新的“金融+”成为一种模式。无论是在艺术品市场还是产业的发展中,思考如何“金融+”、如何发挥金融的作用,已经成为一种重要的模式。现在,无论是拍卖、画廊,还是平台化交易,都在力图“金融+”,增加综合性的金融服务,来进一步扩大市场、挖掘客户,这显然已经成为一种突出的机制和模式。

另外,艺术金融的发展是市场与产业的重要推动力已成为一种共识。在解决艺术品市场及产业发展中出现的瓶颈时,首先想到的就是借助和依靠金融的力量,这种共识的形成也是“艺术金融是业态创新的有效推动力”的重要表现。

## 艺术金融是发掘与释放市场需求的有力手段

发掘与释放市场需求是当下中国艺术金融发展过程中的重要战略地位之所在,也是重要的战略目标之所在。无论市场还是产业,最终需要发掘和释放潜在的需求,将潜在的需求变为现实的需求,这是市场和产业非常重要的使命,而艺术品市场和产业的需求是非常

巨大的。

据统计,当人均GDP达到8000美元时,消费结构就会进入快速转型时期。而在这种转型中,精神消费占据了极为重要的比重,在精神消费中,艺术品的消费是其中非常重要的组成内容,这也就是为什么很多艺术品市场研究者纷纷投入发掘艺术消费的研究领域,很多人发现,在整个艺术品消费市场中,诸多内容可以被细分出来,如礼品市场、收藏市场、投资(包括投机)市场、低端消费市场等。

另外,据测算,中国艺术品市场大概有6万亿元规模的潜在需求,但现实在释放出来的规模只有3000多亿元,其中的差别是非常大的。因此,需要从不同方面来发掘中国艺术品市场的需求。

同时,政策也在推动需求不断显现。比如,一些不动产的政策、投资的政策、遗产税相关政策,实际上都对艺术品市场的投融资是一种非常大的利好。

在国际上,房地产、股票、艺术品投资并称为投资的“三驾马车”。其投资产品发展比较平稳;而在国内,相关的发展相对较弱,2016年,理财产品的资产规模大约30万亿元,中国艺术品市场传统金融体系释放出的资产规模仅接近200亿元;我国金融体系资产水平近200万亿元的规模,其中配置到2016年艺术金融方面的规模仅为986亿元。

这些数据不仅充分说明需求与释放的差距很大,而且说明我国在艺术品市场、艺术产业、艺术金融发展中,还存在大量的空白区域,具有很大的发展空间,并急需突破。因此,面对机遇,关键是把握其中规律,根据自身优势和资源整合的能力进行有效发掘,在业态融合、产业链与新业态等方面积极创新发展。

一家之言

## 非遗知识产权保护势在必行

□□ 黄海涛

联合国教科文组织的《保护非物质文化遗产公约》定义,《中华人民共和国非物质文化遗产法》规定,国务院知识产权战略实施工作部际联席会议办公室关于印发《“十三五”国家知识产权保护和运用规划重点任务分工方案》的通知中都明确提出:有原创、有流脉、有基因、有传承的“民族记忆”才是非遗和知识产权要保护的。

如今,随着非遗申报、非遗传承、非遗直播等被人们热议,非遗已成为热词。那么,究竟这些热词所表达的是什么呢?一直以来,国家拿出大量人力、物力、财力投入到对非遗和知识产权的保护之中,但很多人其实并不了解非遗到底传承什么。

### 非遗传承功在当代

苑利、顾军编著的《非物质文化遗产学》中指出:“近年来,大开发大破坏、小开发小破坏的错位开发多次发生”,“非物质文化遗产的所有价值,均建立在其真实性基础之上,真实性一旦丧失,非物质文化遗产就不再是‘非遗’了。”非遗成了“非遗”,即不是非物质文化遗产,此类非遗和知识产权皆无可保的价值。

由此可见,一方面,非遗和知识产权保护是一项特殊的传统文化工程。今年初,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》,其核心思想要

将文化建设思想转化为实施工程,让优秀传统文化活起来、传下去。

另一方面,传承和发展中华优秀传统文化又是一项复杂的系统工程,这既是建设社会主义文化强国的重大战略任务,也同各地区、各部门的工作实际紧密相关,与社会生产生活、人民群众日常行为密切相连。实施中华优秀传统文化传承发展工程,是建设社会主义文化强国的重大战略任务,对于传承中华文脉、全面提升人民群众文化素养、维护国家文化安全、增强国家文化软实力、推进国家治理体系和治理能力现代化,具有重要意义。

事实上,非遗和知识产权保护是一项功在当代、利在千秋的伟业,来不得半点虚妄。面对问题及时解决十分必要,为了更好地将非遗和知识产权保护健康、持久地发展下去,思想认识到位、组织建设到位、制度建设到位这3个“到位”才是当务之急。

### 非遗既需思考也需行动

目前,我国的非遗传承能不能回应时代的需求和挑战,能不能转化为民族复兴、国家富强、人民幸福的有益精神财富,这是切实需要思考和采取实际行动来回答的问题。

想要做好非遗传承,为未来子孙留下更多宝贵的精深和物质财富,一方面需要把握继续往开来的历史机遇,另一方面还要把握认识论、方法论的两个维度,即古为今用,洋为中用,要有历史文化视野、政治视野和国际视野;同时,不仅要把握政治担当、经济担当、文化担

当这三个“担当”,真正做到政治上得分,经济上加分,文化上积分,还要把握三个“负责”,即对民族传统负责,对历史传承负责,对社会主义核心价值观负责;除此之外,组织建设也要到位。

所谓文化担当,就是传承优秀传统文化基因,培育形成非遗传承文化骨干;所谓经济担当,就是培育形成非遗文化产业骨干;而所谓政治担当,则是再建民族信仰,培育和践行社会主义核心价值观,形成民风骨干。

目前,通过加强组织领导、政策扶持和文化法治环境建设推动优秀传统文化的传承和发展是大势所趋,因此,需要建立独立的专家队伍。这不仅需要专家队伍在人格品质上具有独立性,对真理负责,而不是依附于某些团体或个人,还需要专家队伍在知识品质上具有独立性,专家术业有专攻,不同领域的专家不能越俎代庖。

8月17日,国务院知识产权战略实施工作部际联席会议办公室颁发了《“十三五”国家知识产权保护和运用规划重点任务分工方案》,对非遗和知识产权保护的各项制度建设的要求明确。这对于非遗传承和发展的制度建设上给予了支持。

事实上,目前,非遗和知识产权保护的专家库、评审程序、推广审核等项制度的完善,是个非常严肃的问题,不能凭激情、名望或其他因素来一锤定音,这就要求将非遗和知识产权保护纳入到法治的轨道,真正做到有法可依,有法必依,执法必严,违法必究,让非遗传承和发展在法治的轨道上健康前行。

艺术蓝筹

## 艺术品消费驶入增长快车道

□□ 江因风

国内艺术市场可以分为高端、中端、低端3个主要板块。高端指的是已故的并且已经进入艺术史的艺术大师市场,中端指的是在世的名人书画和当代艺术市场,低端指的是万元以内一幅的艺术品消费市场。

### 名人书画拉动艺术消费市场

2011年,国内艺术品拍卖市场成交额900多亿元;2015年跌到400多亿元。如果把艺术拍卖市场细分为高端、中端、低端市场来分析,高端艺术市场板块并没有受太大的影响,而消失的400多亿元恰恰就是中端艺术市场。

中端艺术市场的在世名人书画和当代艺术市场板块泡沫的破灭,加速拉动了低端艺术品消费市场爆发。之前购买一幅名人书画的价格,现在可以买1000幅书画。中国艺术产业将迎来爆炸式发展。

中国艺术市场未来走势:高端艺术品已背离艺术属性,是一种金融产品,但估值过高,部分高达几十倍,部分泡沫会破灭,并被时间消化;中端价格艺术品已经滑坡了几年,未来很可能继续滑坡;之前几十万、几百万价格的名人书画将会回归到几千元、几万元的价格;万元以内的低端价格艺术品市场将火山爆发式发展,这个刚性需求所致。

### 艺术消费市场的加速喷发

如今,国内艺术品消费市场中的

机构艺术品消费市场(商业装修画市场)已经兴起,但个人艺术品消费市场在国内还处于萌芽期。国内的个人艺术品消费市场还没有发展起来,因为国内民众还没有形成消费艺术品的习惯,也没有多余的经济能力去消费艺术品。但酒店、品牌连锁等机构的艺术品消费市场就非常庞大,成为艺术消费时代的艺术品消费主体。

除了机构艺术品消费这个主体之外,个人艺术品消费作为补充,是以金领以上家庭为主的。据调查显示,国内的豪宅和别墅中只有1%拥有原创艺术品,金领和企业主管等高端消费群体是

未来个人艺术品消费市场的主体。

艺术品消费市场是健康、没有泡沫的,但价格较低,多数为几百元到3000元之间,而且以原创艺术家的作品居多,每一幅都是艺术家创作出来的,绝不重复,因此,这个市场十分非常庞大。

据数据显示,目前,中国艺术品交易市场已经达8000亿元规模,与艺术品紧密相关的礼品和工艺品市场也都接近1万亿元的规模,而艺术品同时又具备礼品和工艺品的特征。也就是说,艺术品很容易跨界成为礼品和工艺品,因此,多种原因促使中国艺术产业加速爆发。



艺术品消费发展迅速